

DAFTAR PUSTAKA

- Sukirno, Sadono. (2004). Makro Ekonomi.Edisi Ketiga. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Philip khotler . Makro Ekonomi Edisi 13 jilid 1 jakarta Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, AB. Susanto, 2000. Manajemen Pemasaran di Indonesia, Buku 2, Salemba Empat.
- Sugiyono, 2010. Metode Penelitian Kuantitatif & RND : Bandung Alfabet.
- Erman, B. Dan Evaans,J.R 2010, Retail managemen and strategic approach, prentice hall United States of America.
- Salman, 2013 Pengaruh Celebrity Endorser Pada Iklan Fresh Care Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Agnes Monica Sebagai Endorser Produk Minyak Angin Frash Care), Gorontalo, Universitas Negri Gorontalo.
- Anita Tantri Wibowo, 2016 Pengaruh Endorser Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen, Yogyakarta, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Dita Olivia Nurhayati Rachmat, 2016 Pengaruh Celebrity Di Media Sosial Instagram Dalam Promosi Produk Hijab Terhadap Minat Beli Konsumen, Bandung, Universitas Telkom Bandung.
- Lidia Rochmania, 2016, Pengaruh Celebrity Endorsment Pada Instagram Terhadap Minat Beli Produk Mode Lokal, Bandung, Universitas Telkom Bandung.
- Dadan Abdul Aziz Mubarak, 2016 Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Minat Beli Konsumen, Bandung, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Membangun.